

# ファッションの美的感覚の政治性

——ネオリベラリズムがもたらした「脱人間化」への対抗的応答

吉田 光宏

## 序

アイデンティティは、自己が他者との関係性において、自らを「想像」していくことで構成される。この意味で自我の意識とは「他者の承認」による「想像」上の「フィクション」あるいは「文化構築物」である。つまり、アイデンティティとは、他者との関係の中で、それが何であれ自己の思いの中以到達しようとしながら作り続けるものとなる。そして、その構築させていくプロセスには、アメリカを中心とするグローバル資本主義による多様なうねりがあり、その根底に人の欲望がうずまいている。この論考では、消費への欲望、特に、日本の都市部の若い女性たちがこぞって追い求めるファッションに焦点を当てることによって、そこにある心的作用の文化的意味を解きほぐしていく。そのために、グローバル資本主

義の直中にある現在、人の欲求や欲望のための「消費文化」はいかなる環境にあるのかを検証し、そこには人間性を蝕むメカニズムがあることを浮き彫りにする。こうした状況において、女性たちのファッションへの飽くことなき消費動向には、心的には安寧と喪失感という両義的心情を抱きしめながらも、実は、市場原理主義を中心にグローバルリズム言説がもたらすアイデンティティ形成の危機に対して抗うという政治的作用があるメカニズムを議論していきたい。

### 1 市場個人主義が主体にもたらしているもの

——ネオリベラリズムがもたらす脱人間化

人はマテリアルな欲望を満たそうとするとき、いかなる状況にあるだろうか。例えば、一人の女性が、ショッピングモールに行き、服を購入しようとし、自分のライフスタイルやファッ

シヨンについて思い描いている背後に、いかなる文化が潜んでいるだろうか。消費を通じて形成される「自分である」という感覚はいかなるものとして議論されているだろうか。そこには、グローバルゼーションの政治学の荒波が広がっていることがさまざまな角度から提示されてきている。今や日常生活を席卷するグローバル資本主義はアメリカニゼーションとも称される。実利性と功利性を重んじる目的追究形のアメリカ型合理主義の世界は「個人」の生き方にも入り込んだ。個人の資質を功利的に価値づけ、数量化させる市場個人主義は、人を市場において評価することができるとして位置づけた。このネオリベリズムのもと、「価値」を「高く」買われた者は、経済資本を蓄えている「富める者」「豊かな者」になっていくのに対して、市場から「低く」評価された者は、経済資本に恵まれない「貧しい者」「生活が苦しい者」になっていく。成功、失敗、偉業、敗退、称賛、嘲笑など連綿として続く人生の荒波におけるすべての「社会的」経験が自己責任として個人の肩にのせられていくこととなる。「人それぞれ違う」個人のライフスタイルはその人一人に背負わされることとなる。これがジグムント・バウマン (2001 [2000]) のいう「社会的不平等の個人化」である。これまで地域社会において与えられていたものまでが個人の能力や責任に押しつけられ、個人同士が繋がるのではなく、個人々が

競争相手や敵対関係となり、人は不安や敵愾心を抱くようになった。そして、ネオリベリズムのもたらした状況は、人の立ち位置を「液状化」させていき、人にもはや安定した居場所など与えていることにはならなくなってしまったのが、グローバルイズム言説による現実である。この背後にはアメリカの徹底した消費のモデルがある。ジョージ・リッツアは、ファストフード産業の席卷によってもたらされるマクドナルド化による社会の歪みを暴いてみせた (Ritzer 1997 [1996])。マクドナルド・モデルは、人の消費欲求を満たすための合理化を具現化したもので、本来、家庭での食事のときに人が考え感じつつ一つ一つこなしていたものを「非人間的」な機械的な操作によって制御することにより、人の欲求を満たすということを行なっていた。こうした「便利」な日常生活世界は、本来人間であることの意味や文化の豊かさや安らぎ、創り上げていくことへの賛美というものをいつの間にか忘却の彼方に追いやってしまうこととなった。こうした消費の在り方がアメリカ型消費傾向であり、この流れは「食」だけでなく、ファッションをはじめとするライフスタイル全般にも入り込んでいくこととなった。そこでは、いつでもどこでも「求めさえすれば欲求は満たされる」ことを可能とする世界を人に提供することとなった。この、創造力や固有性というものを重んじず、利便性を追求し、欲しいものとはにかく合

目的的に得られることを自明化させてしまった人の在り方をラカン派社会学者櫻村愛子は、皮肉を込めつつ「マクドナルド的主体」と呼んだ(2007)。一九五〇年代に、こうした消費動向の在り方を予測し、アレクサンドル・コジェーヴは、ヘーゲルの『精神現象学』読解を通して、アメリカ的消費様式化のプロセスにおいて形成される人間は、自己の欲求のみを満たし続ける「動物」のようになると指摘している(2006)。つまり、リッツアが暴いてみせたアメリカ型消費の象徴としてのマクドナルド化による「脱人間化」は、半世紀以上前より予言されており、その流れが現在さらに加速化しているのである。ネオリベリズムの根底をなすこの合理性を追求し、人間にとって必要なものとされた目的性と効率性のみを追究すると、皮肉なことに、こうした「人間性」を否定してしまふような効果を生み出しているということだ<sup>①</sup>。

ネオリベリズムは「生」を「消費主義」の中に叩き込むことによって、他者から絶えず「見られる」場、あるいは「演技させる舞台」を用意し、容赦ない評価と品評会の中に巻き込んでいくこととなった。ここで賭けられているものは、経済資本によって生成された、各個人が有する文化資本である。一九八〇年代のフランス都市において、ブルデューはこの二つの異なる「資本」によって、異なるライフスタイルが形成されることを理論化した(Bourdieu 1990 [1987])。つ

まり、豊かな経済資本に恵まれた家庭では人は、「卓越性」——豊潤な消費文化と豊かな教養と感性——という高い文化資本を享受できるのに対して、経済資本に恵まれない家庭では、人は質素な消費生活とそれに見合う形の教養と生きる術とを身につけていくことを美德とするが、それは文化資本の総量としては低いものとして見なされるのである。自己の消費の欲望を満たすために、あるいは自己の個人的な「幸福」のために、市場において「高く評価」された者は、同時に、卓越性を誇示でき、羨望の眼差しになりうる「消費生活」を顕示することができるということになる。他方、市場において「低く評価」された者は、生きる必要性のみに血眼になり、「失敗した消費者」という烙印をおされてしまうのである(Bauman 2007)。ここにあるのは、店のショーケースに鮮やかに陳列された商品を購入しては、洗練された感覚で、それらを身につけてコーディネートし披露していくこととする欲望によって成り立つ社会での生活世界を誇示することに価値を置く「消費主義」であり、背後にそうした消費の美学の協奏曲に参入する感性を持ち合わせていない、あるいは持とうとしても叶わない人を創出していくという「排除」のメカニズムがある。こうして、ハビトゥスを誇示できる文化資本を豊かに蓄えた者が有利である一方、そうした消費の美学へ参入すら叶わない者たちも創出されていく<sup>②</sup>。

しかし、この消費をめぐる美的センスの競演という「場／ワールド」に市場個人主義が介入するネオリベリズムのグローバル状況において、展開される社会の動態的構造とは、「高い」消費能力を持った者に「豊かさ」が与えられており、他方、「低い」消費能力しか持たない者はそれを享受できないという単純な二項対立ではない。換言すれば、経済資本が豊かな人が文化資本を豊潤なものとして錬磨し豊かさを享受するというブルデューの前提は、グローバル資本主義における消費社会においては、たとえ経済資本が貧困でも、価格帯の押さえられた豊かな消費文化を形成することができるようになってきているという「要素／エレメント」を考慮した形で修正が必要である。また、「消費主義」における人の「生」は、例えば、服装、美容、容姿などのように、人の「主観」「自分らしさ」を出せるもの、「好奇心」を満たせるもの、あるいは、人を感覚的に「心地よくさせる」ものである。つまり、「豊かさ」とは、必ずしも数量化されたり、客観化されたりするものではなくてきていることも、この二項対立の構造の修正の射程に入れない。「個人」の「個性」追求の時代にある消費傾向で、それら商品は、人の気分、成長過程、その人の趣向などにより異なるもので、偶発的で、生成変化するもので、不安定なものである。消費者としてのハビトウスとは、静止した基準や目安によって計る

ことなどできるものではなくてきているということだ。美的感覚の「豊かさ」について、ブルデューは一九八〇年代のフランス都市部で検証し、経済資本と密接な相関関係があることを示したが、二〇一〇年代の今日は個人の美的傾向、審美眼、海外でのトレンドを取り入れるセンスなど——もちろん経済的なものや社会的なもの抜きにしては享受できるものではないが——個人がいかにか文化資本を洗練させた形で錬磨させ、自己にその技巧と感性とを蓄積させているかが賭けられている (e.g.: Kawamura 2012)。この背後には、グローバル資本主義が第三世界を巻き込む形で徹底的に安価なコストで商品を生産し低価格で販売することを舞台裏において可能にさせている、ポストコロニアル状況がここにあることも指摘しなくてはならないであろう。そうした中で、より文化資本を錬磨させた者一人一人が思い思いの「美」を紡ぐことができるようになってきていることは確かである。ただ、変化する「時の流れ」に適応できない人は、自分の美をめぐるライフスタイルを、特定の他者との関係性において演じることでできにくくなり「不安」に煽られていく。また、労働市場の周辺にある「排除」された人々は、そうした「消費生活」などへの参入すら叶わなくなり、日常の現実世界で耐え忍ばなくてはならない苦悩と不安とをともに生きなくてはならないのである。たとえ豊かな文化資本を蓄えた者であっても、

顯示できる「卓越性」は、「不安はいたるところにある」現在、安定したものであるなどと考えることもできない。

ポスト・フォーディズムの現代において、「マクドナルドの主体」が前提とされているネオリベリズムの時代において欠けてきているものが、「他者」との関係性であるとベルナル・ステイグレル (2006) は指摘した。人は、その相互交流で「他者」から「承認される」ことによって、創造性、文化、意味、人間性、人間的豊かさを培うことを認識できる。自己は、この承認を得ることにより、共感する能力をつけ、感受性を養ったり、何かを創り上げようとする欲望を持つたりすることができると指摘する。だが、そのための前提となってきた人の環境が、市場個人主義による消費社会において、崩壊してきているとステイグレルは指摘する。つまり、徹底したマクドナルド化によるネオリベリズムが浸透した結果、こうした「他者」との関係性を持つことができる場が激減していったのである。さらに、見てきたように、消費社会における自己の美的感覚を演じる舞台とは、安定した「承認」はおろか、あらゆる階層の人に「不安」を抱かせるゲームであり、しかも、豊かさを競っているつもりで、価値が多元化しており、かつ、美という数量化不能のものを賭けているために、実は人としての本来の豊かさを見失っているのではないかというシニカルな現実がある。こうして、ネオリベリズムによっ

て人がアイデンティティを形成する場としての「状況コンテクスト」に激震が走っている様相を、諸理論は確かに示してきている。人が「わたしである」という感覚を抱くことのできる状況が時間軸の流れで液化し不安定化していきながら、崩壊の危機に晒されているということだ。

人は他者からの承認によってだけではなく、社会の中での自己実現を求める。しかし、ネオリベリズムの現在、そうした人間が人間であるための安定した条件が危機に晒されているということだ。合理性、目的性のみを最大化させていくネオリベリズムにおいて、人は創造性を怠り「脱人間」的状态に置かれ、自己の欲求のみを追求し満たすことしかできない、「動物化」した生ける単体となるような状況を招いてしまっているということだ。また、健全な人間性の形成と維持に必要なのは、他者からの社会的承認である。現在、この人と人との相互の「承認」を可能にする関係が貧困になっている。これによって、人間が人間として喜びを分かち合い、ともに何かに対して価値を見出し、苦勞しながらも自己実現をしようとするような気力、つまり、「欲望」が衰弱していくことになる。「欲望」とは人を動かす原動力でもある。これが崩壊し、社会的な安定秩序や人間が人間であることを支える「象徴的」な基盤が崩壊していき、とステイグレルは警鐘をならしている。

企業が市場原理主義に基づき、最大利潤を見出し、そこに人の最大幸福を見出そうとしたのにも関わらず、人のアイデンティティ構築のための活動領域としての「要素／エレメント」は、人を失望に突き落とすことも、そうした舞台において嘲笑されてしまうような「失敗した演技」であることも「自己責任」であるというような論理が罷り通ってしまったという状況にあるのが現状なのだ。そうした状況をもたらしたのが、グローバル資本主義である。では実際に、こうした殺伐としたグローバル状況にある二〇一〇年代の「今」を生き抜いている人々が、「美」の消費によって通り抜けていく現実とはいかなるものか。そのプロセスにおいて直接そうした荒波にもまれていく人々が経験していくものとはいかなるものか。そして、はたして、人は「脱人間化」を余儀なくされ、「動物化」を強いられ、そうした格差社会に従属的な主体として生かされているのであろうか。こうしたグローバル化にある現在の日本の都市における女性たちが夢中になっていく一つの文化の様相を解きほぐしていきたい。

## 2 抵抗政治としてのファッショ文化――

### ファッションに「萌える」女性たちのヴォイス

これまで検証してきたグローバルイズムの流れがもたらして

きているアイデンティティ形成の危機の環境にある現在、人々の実際の文化的経験とはいかなるものとなっているのであろうか。いかにこうした状況に対して応答しているのであろうか。こうした人間性の根本的問いへの解釈を導き出すために、実際の人々の経験と世界観を脱構築し、そこにある政治的意図を解きほぐす試みをしていきたい。グローバルイズムの言説の中で、社会の「構造的他者」として「周辺化」され、ともすれば「サバルタン」状況に陥らされてしまいやすい若者、特に女性たちの諸経験と彼女たちの「文化テクスト」を布置させたとき、いかなる物語が立ち現れていくのであろうか。そのため、サバルタン状況を脱構築するエドワード・サイード (Said 2001 [1993]) による「対位的分析」という音楽理論を応用して社会の在り方を検証する手法を発動する。つまり、彼女たちの思いと感情とを浮き彫りにしていき、その文化の在り方とこれまでのグローバル資本主義との関連性を互いに重ね合わせ検証してみることににより、個々の「ローカル」なものにいかなる文化的政治的なメッセージが込められ、そこにいかなる現実が見えてくるかを分析していく。

不安が渦巻く後期近代において、特に若者たちが選ぶ「ヴィジュアルなファッション」は、アイデンティティの形成および仲間たちとの繋がりを保つ機能を果たすようになった (Furlong & Cartmel 2009)。そのアイデンティティ形成の

背後に幾重にも折り重なるものを探るために、日本における現代の女性たちのファッションに見るアイデンティティを検証したい。以下で女性たちの「声／ヴォイス」を記述していくところから、いかなる人間性が立ち表れるかを浮き彫りにしていく。そして、ファッションの美を追求する女子大学生の「ローカル・ノレッジ」を再構成していきたい (Geertz 1989 [1983])。その記述による表象は、例えば、現代の女子学生のなにがしかを代表するようなものではなく、ファッションに夢中になっている女性たちの世界から何が見えてくるかという文化人類学的視点によるものである。その際に、ポスト構造主義的視点を縦横に照射させて、アイデンティティの在り方を読み解いていく。

目的追究と合理化を押し進めるネオリベリズムは、例えば、アパレル産業においては、国内発のユニクロ、スウェーデン発のH&M、アメリカ発のFOREVER 21やGAP、スペイン発のZARAなどの「ファストファッション」の時代の到来を可能なものとした。ここでは、若い女性を中心に受けやすい多種多様なデザインを低価格で提供している。消費者の多様なニーズに応えられるようなメニューをそろえるために、従業員の作業プロセスはマニュアル化され、それぞれの商品の販売に従って原材料が加工されている。均質化されたものを提供するが、生地を生産、商品の流れ、労働のラ

インの流れなどはコンピュータで管理されており、高度な知識を必要とする。生産管理、販売規模も地球規模で広がり、国際労働分業体制を押し進めて来ている。各地域で、それぞれの顧客のニーズに適應するように、多数の独立した会社が設立されている。

かつて、一九八〇年代に、著名となった川久保玲、三宅一生、山本耀司らのような、フランスを中心とするファッション業界にも新風を巻き起こした日本人デザイナーによるファッションは、価格も高い設定で、例えば「男女平等」などメッセージ性のあるものや女性性をイメージしたものなど分かりやすいメッセージのあるものであった。<sup>(3)</sup>人はその当時、明日に向けて希望と夢を持ち、未来を描き、そうして現在に投資しようという姿勢があり、そうした意味合いがファッションにも投射されていた。しかし、現在の「ファストファッション」とは、そうした審美眼の高いデザイナーからのメッセージが上から下へ流れるのではなく、街ゆく女性たち自身のセンスが自ら思い思いに練り広げていくもので、かつてのような個性の強いデザイナーの存在が消費者には見えてこない。過去、現在、未来という時間の流れを喪失させることにより、製品を販売し、消費しているのだ。人々は、地域性、国籍性、民族性、すべてを超越して、商品とサービス享受しているということになる。つまり、人々は空間を移動しても、どこ

にいか認識することができないようなシステムの中で、消費していることとなる。そうした脱領域的なファッションから、時間を否定する消費文化の中で、いかなるアイデンティティが立ち上がっているのであらうか。

一九七〇年代から八〇年代には「少女文化」というものがあり、思春期の女性たちの「憧れ」があった。だが、現在、同じ世代の女性たちではあるが、果敢な思春期をさまざまな他者の視線を意識しつつも、女性たちはかつてのように「夢見る少女」をもちや追究することはしなくなった。むしろそうしたイメージを刷新するかのよう「今の自分を肯定」し、「待つ文化」ではなく即時的に入手できるメイクとファッションを追究する。例えば、彼女たちの中でも女子高生たちは「JK」と呼ばれ、年上の女性たちから牽制されつつ意識され、彼女たちのスタイルは「ギャル文化」あるいは「ガールズ・カルチャー」として現在の一つの街の風景として欠かすことはできなくなった。「少女文化」を経験せずして、異なる文化を創ってきた女子大生たちが追いつくものとは、もはや、かつてのように、お金をためて、楽しみにして街に繰り出していくというスタイルではない。「今」例えばカリフォルニアのロサンゼルスにおいて話題になっているものが「かわいい」と思い「欲しい」と思う。そうした「アイテム」は、数週間後には、「ファストファッション」あるいは「リアル

クローズ」として店にディスプレイされる。それを「ゲット」するための詳細な情報はファッション雑誌に掲載されていく。ファッション雑誌において、「モデル」がページを飾っていくのは、名前の知られた専属ファッションモデルたちだけでなく、「読者モデル」として、実際にその雑誌を買う一般の女性たちでもあり、紙面に所狭しと自らの思い思いの多様なスタイルが埋め尽くされる。そして、載せられているファッションスタイルは、即、店で購入できるように詳細な情報が掲載されている。細かく店の名前、電話番号、服の価格などが載せてある。そこには、かつてのようにデザイナーによって確立されたスタイルを追求するという確固たる思いは存在しない。むしろ、さまざまに、微妙なかたちで、次から次へと「かぶらないように」多様化を披露していこうとする。そこには、さまざまに差異化された「キャラ」が「立てられていく」。例えば「OL系」「サーファー系」「ポップティーン系」「お姉系」「裏原系」「ストリート系」「ビジュアル系」などと、微妙な生地、色彩の差異、デザイン、ヘアー、スタイルの差異によって、異なる「趣向」が「身体化」される。そうした「キャラ」を創るために事細かに具体的な技法や知識や実践方法を掲載する場がファッション雑誌である。例えば、化粧の仕方など、目、睫毛、眉毛、唇、頬、顎などに入念な技巧がもたらされ、そこから複数の「キャラ」

が構築されていく。一人の女子学生は「自分でいかにさまざまなキャラになれるかを演出しようとするところに自分を見出せる」と述べる。さらに、同じ日においても、状況や相手と場に柔軟に応じて、「キャラ」を変え、スタイルを変え、変化を楽しむ自己をさまざまに演じていく。そして、その趣向や能力は、あまりに日常で無意識のうちに培われたものであるだけに、別の女子学生は「一人で複数のキャラを演じることは誰でも経験することだ」とさえいいきる。

こうした複数のアイデンティティ形成の多様な痕跡は、さらに時空間を超越して、「言葉」を通じて入念に「語られ」、「聞き入れられ」、「書き込まれて行く」。それを可能にするものが、インターネット、ケイタイ、スマートフォンといった媒体で、こうした時の流れの中でフローする空間を通じて化粧について「言葉」をさまざまに重ねていく。こうした雑誌に掲載されていく情報に関する無数の「場／サイト」がネット上に展開されているのは当然であるが、さらに、実際に「ゲット」した服を着たことの経験、それによって、いかに自分が変わったかという個人的談話、また、それがいかに他人から見られるかといった評価が、そうした「場／サイト」で語られる。電子メディアで話題になった化粧品の新商品、洋服など、実際翌日には、店頭から即完売状態となることも珍しくない。化粧品やファッションの個々のアイテムに関し

て個人的なことをウェブ上に詳細に綴っていく「ブログ」が多数あり、それらの広告もかねたサイトがネット上で無数に存在する。また、自分たちでもブログを書いている女性たちも多い。雑誌に掲載される専属ファッションモデルだけではなく「読者モデル」らは皆そうしたブログを書いている。例えば、自分の写真を撮り、そのファッションについて事細かに日記感覚で書いている。スマートフォンを通じて、旅行先や仕事場所など至るところから、ネット上に、どこかのブランドで、いつ購入し、価格はいくらで、いかに「コーディネート」しているかなど写真を掲載しながら体験談を書く。

自分自身のライフスタイル全般に至るまで思い思いの言葉を書き、「わたし」を電子媒体上に作りあげていく。「自分」の消費のハビトゥスの実践について、周りの女性たちだけではなく、物理的にも遠い女性たちに見せ、読ませ、書かせるということをする。購入したアイテムの写真を撮り、その日にブログに載せ、自己目的に満足感を得るが、それも、自己内部だけではなく、他者からの眼差し、それも無限の観客たちに時空間を超越する形で見せることができる。あたかもスポットライトを浴びる「セレブ」であるかのように「見られる」意識を体験することができるのである。それに対し不特定の他者が親近感を覚えたり、同様の「かわいい」感情が湧いたときなど、コメントを書き込むことを行なう。そのと

きにたまたま一緒にいた女性たちやそれを「かわいいですね」「気分も運氣もあがりますね」というような肯定的なコメントを受け取るときは、自ら購入したアイテムを見て独特の安堵感を感じる。このサイバースペースにおける相互承認において、つまり、自らが形成する自らの「身体」が見られていくための「知の檻」に参入することにより、「コミュニケーション」が形成され、「脱領域」的に潜在的に他者からの承認を信じていることが可能になる。リアルタイムでの承認ではない。しかし、こうした媒体によって、実際に自分の存在価値を認めてもらえたときのような感覚とはまた異なるものであるが、「いついかなるときでも、孤独」な状態に晒されるという前提にあったネオリベリズムの波の背後では、実は「繋がり」という平等な仲間意識を形成することができるのだ。

そこで、ファッションを通じて、そこに登場するような雰囲気やイメージを果てしなく追い求めようとするのだ。例えば、女子学生は、ファッション雑誌において、有名モデルのブログを見て、その「キャラ」に「自己同一化」させようとする。女子大生、および働く二十代から三十代の女性向けのファッション雑誌『AneCan』の専属モデルの押切もえや蛭原友里らは、そうした女子たちの「憧れ」でもあり、人によっては、そのモデルのキャラクターに「なりきりたい」という。また、モデルの存在も、読者と近いものとなっている。押切

もえは自身の自伝の中で、モデルという職業を続けるにあたって支えられたものとして、女子高生からの応援のメッセージがあったことを述懐している。<sup>④</sup>彼女がモデルとしての「わたし」を考えると、こうした女性たちの支持者の「眼差し」の存在が重要なのである。逆に、こうしたモデルたちのファッション、インテリア、食事会などの経験は、女性同士によるもので、時空間を共有した自分の周りの「リアル」な人々との間で形成される感覚とともに、そうした女性たちの経験を他者たちに委ねられるのだ。こうして、女性同士の「解釈共同体」が立ち上がる。

例えば、二〇一二年二月、押切もえは、新宿の焼き肉屋に女性たちだけで行ったことを、自らの写真だけでなく、料理をもブログで見せている。<sup>⑤</sup>それを「女子会」として、「ファッション、結婚、恋愛、旅」について話し、「とめどない話で沢山笑い合った」と語る。それを読む人たちからのコメントは、例えば「いい息抜きができる女子会は楽しいですね」、「料理も美味しそう。女性同士でしか話せないこと女子会の醍醐味ですよな」、「とめどない話を聞かせてほしいです」というような共感の言葉である。また、二〇〇九年、高校三年のときに「東京スーパーモデルコンテスト」で優勝し、小学館の女子大生向けのファッション雑誌である『CanCan』の専属モデルとなった山本美月は、他の専属モデルたちとの

「ダンス・ファッションショー」の練習模様について個人的感情を語っている。自分のダンスの風景を、同じモデル仲間の土屋巴端季が後ろから両腕をかけているリラックスした写真を撮り、その中にハートマークをいくつもちりばめて書き込んでいる。また、練習のときに履いている二人の靴下の写真も並べて撮っており、その後で「本番にむけて頑張るぞ、応援よろしくです」という純朴な語り口で、自らの心境を表現する。それに対して、一般の人からは「レッスンは頑張ってるね」と、通常であれば親しい友達に投げ掛けるような言葉を投げ掛けられたり、「風邪はやってるから気をつけてね」と彼女に思い遣りを示したり、「二人ともかわいすぎる、靴下もかわいいわね」と個人的感情を思うがままに表し、さらにつけ加えて、「美月ちゃんのキャラはなんですか、ミッフィーかな。メチャかわいいわ。笑顔最高」といった、お互いに親しい関係であるかのような言葉が次々と掛けられていく。また、別の日には、「史上最大のひな祭り」と銘打ち、横浜アリーナという一万七千人を収容できる会場において三月三日に開催される「東京ガールズコレクション」なる、「リアルクローズ」をファッション業界向けではなく「一般女性たち」のために披露するファッションショーに出演することが決まった際も、以下のように、同じような言葉の投げ掛け合いが展開される。「毎回毎回盛り上がるので、とっても楽しみ」で、

「ショーでは沢山のお客さんと遭えるのが嬉しいです」とし、自分からパフォーマンスをするというよりは、一般女性たちとともに時空間を一緒にすることを待ちにする。そして、「みなと素敵な時間を過ごせるように楽しくランウェイを歩きたいと思います」と語る。そうした言葉に対して、「美月ちゃん可愛い」と忌憚なく自分の想いや、さらには「笑顔大好きです。癒されちゃいます」と自らの気持ちを曝け出す言葉が返されていく。

こうした女性同士の「解釈共同体」という言説で創り出されるモデル像とは、お互いに気心の知れた平等な友達感覚によるものである。また両者の関係は、かつてのようなアーティストやデザイナーという感覚を憧れ、そこから学んでいくという上から下へというものではなく、フラットなもので、そこから、女性同士で繋がりがあうという感覚が構築されている。押切もえ自身が大切にしているものの一つは、『AneCan』のモデル同士がみなで「ジャンプして」映っている一枚の写真で、「見るたびに元気がでる」と語る。その仲間である真山景子は、「本当のことを知りたがりなので、自分の字にある『真のもの』を見ていきたい」と述べながらも、自分の好きな部分は、ネイリストから驚かれたという自らの「細くて長い小指の爪」であると笑っている<sup>(8)</sup>。また、彼女がトッズ(TODS)というイタリアの革のバッグや靴のブランドのパー

ティに出かける日のお昼に家で食べるカレーとサラダを「普通のことがとても心地いい」と表現し、日常と非日常とを混在させる。<sup>(9)</sup>彼女はその後の表参道でのパーティでは丈の短い白いミニワンピースを身にまとい、夜はライトアップされた桜を背景に写真を撮る。そうした彼女に対して、同世代の女性たちは、例えば「マジかっけー(本当にかっこいいですね)」と男子高校生同士で使いそうな言葉や、「メッチャ素敵」とこれもフランクな包み隠さない感情を素直に投げ掛ける。こうして、モデルたちはファッションそのものの感覚というよりは、モデルの素のライフスタイルそのもの、あるいは生活そのものをあらゆる人々に見せていき、それに対しての情緒的一体感が形成される。これらの言葉から発信されていく感覚全体を肯定し、自ら一体化させ、吸収していき、自分の感覚を形成していくというもので、ここには、男性の欲望の眼差しで形成されるものなどはまるでなく、女性同士の絆が形成されているといえよう。

ファッションをさまざまな人たちと「語りあい」、自己目的的な在り方を肯定していく。自分を演出していく自分自身にナルシステックに「耽溺する」という「脳内美人」を具現化させ、十代後半を経てその後二十代に入り、それ以降も永遠に「女子」であろうとするのである。<sup>(10)</sup>個々の化粧品に「萌え」を感じ合い、今日新しく買ってきた「ワンピ」を

「かわいい」と語り合う。雑誌やメディアを通じて錬磨された技巧で、「盛れている」感覚を作ろうとする。この「盛る」という言葉は、彼女たちの中で使われる語で、例えば、化粧の毛、ファッションなど全体で自分なりに納得してまとめられていると感じるとき、スタイルを創り上げるすべてのものの「コーディネート」がうまくいった感覚である。また、そう思える相手にも投げ掛ける言葉である。これは、自分のファッションや化粧が納得いく一つの形——ボードリヤールの言葉で言えば「雰囲気／アンビアンス」であるが——から生まれてくる感覚である。<sup>(11)</sup>逆に、鏡を見て上手くいかないと感じたときは、自らの心の中では「今日、盛れていない、チーン」と自虐的欠如感と戯れる感覚を覚える。その一連の経験、それが納得できる形のアンビアンスを形成できたときであれ、「失敗」だと思ったときであれ、そうした自分を肯定していることとする姿がある。

かつてタイムスパンにおいて存在していた自分の在り方を「夢見て」、特定の誰かに見せたい、いつか着たい、という「先を夢見る」スタンスであってはならない。それらを即入手して、購入後すぐにその感想を誰かと共有しようとするのだ。もちろん、女性同士の仲間や知り合いや仕事上の人でそうしたことを語り合うが、ネット上でもまた語り、語られていく。ファッションだけではなく、日常のライフスタイル、

女性同士の感覚や素の自分の思い——ハビトゥスを共有しようとしている。そこには「時の流れ」に身を任せながら「待つ女性」は存在しない。「今、ここ」に欲しいものを購入し、身につけて、評価され、その個々の経験や思いを「言葉」で語っていく姿がある。今の女性たちには「待つ」時間はあってはならないのだ。<sup>12)</sup>むしろそうした過去から現在そして未来へという直線的時間の流れを圧縮させ、そこに一時の心地よい感覚を見出そうとしている。

### 3 ファッションがもたらすトラウマ、欠如感、享楽

こうした時空間を超越し「今」を享楽しようとするファッションや化粧をめぐる美の文化が意味するものは何であろうか。瞬間のみに生きるという姿勢、この一瞬という時間の流れを遮るような姿勢とは、グローバル現実世界において、未来に向けて労働していくというスタンスとは逆行する姿勢、進歩や発展という時間が必要なものは正反対に位置づけられるもの、あるいは過去からの時間の流れで培われた豊かな生産性というものを否定すらしてしまうものでもある。翻って、アメリカを中枢とするグローバル資本主義の直中にあるメイ・ストリームの日常とは、男性中心社会の「家父長制」の「しがらみ」の賜物であり、多々「苦勞」が多く「大変」な

現実が当然とされる。さらに、家族を守る存在であった「母」の存在が曖昧となり、「父」の強い存在が経済的に脆弱化してきた今、先が読めない時代である。そうした将来の家族において割り振られた戦後型のジェンダー役割が根本的に崩壊してきている。独身を貫く男性／女性の増加と、現実の将来への「不安」とは同じコインの裏と表の関係にあるようなものである。女性たちの利根的な美とは、先が見えない「辛い」現実を象徴すると同時に抵抗を表明しているのだ。

「大きな物語」の上に、例えば、安定した仕事や安定した収入を約束された希望ある家族というストーリーの根源に激震が走っている現在、こうした利根的な美とは、政治学的な解釈を象徴する。先が見えない時代、一年後の自分に希望を見出そうとしてそれが現実の柵で見えにくくなっている時代、特に、そうした時代の流れで女性たちが、女性同士でそれぞれに共感しうる「絆」を作り、そうした混沌とした男性中心的不安定な状況に抗するがごとくに「身体」を通じてさまざまなに解釈しているのだ。例えばファッションや化粧によって、「身体」で創っていくことが、さまざまな主張としての「抵抗」を女性たちが表明しているともいってよい。「身体」の美を通じて、「今、ここ」に快楽を求める姿、夢を「待ちこがれる」ことをしない自己に耽溺してみせるのだ。そこには、さまざまな自己の「小さな物語」を思い思いに立ち上げらせ

ていく。サーファー系、ギャル系、OL系などの感覚を同じ人が相手の立場との関係で変化させるのである。それも「泡」のごとく変化させていくことに「享楽」を覚えていくのである。

決して、その在り方とは、固定された意味合いには結びついていかない。むしろ、そのつど時間の流れで変化していき、相手に応じて変えていくというリキッドなアイデンティティとして形成されていく。この不安定な異質なアイデンティティとは、自己の「幻想」の中に取り込まれていく。かつての固定された物語の上に成り立っていた「アイデンティティ」とは、「夢は叶う」経済的環境を成り立たせる誰もが共有できたストーリーを象徴する。だが、この「確立された固定されたアイデンティティ」とは、あくまでも、その当時創られた一つの「幻想」に他ならない。先の見えない経済状況の中、さまざまな解釈を象徴的な形で、かつ、「今、ここ」にある美の感覚は、時空間を超え、さまざまな形で、女性たちの間で共有される。ここに立ち上がるのは、複数のアイデンティティ構築の舞台装置の在り方がある。こうした彼女たちが実践している文化とは、画一的なカノンカルチャーへの疑問符の象徴であり、そうしたものへの「オルターナティブ」な複数の「オブティミスティック・ナラティブ」を垣間見せている。

複数の流動的なアイデンティティ形成の際、それについて、ネットを通じて見えない他者たちと「繋がり」、語る感覚がある。そこに「萌え」の感情が介入する。「平等な関係」「繋がり」「きこえない情愛」などを意味する「萌え」の感情は、例えば、上下関係による秩序やそのための敬意や規則等々で形成されるメインストリーム・カルチャーとは無関係である。そうして、「繋がり」あえる人たちとの間で仲間意識をつくる。そこで何か目的意識や異なる他者を理解しようという他律思考ではない。同じ感覚の人同士が繭を形成するようなもの、シェルターを作り、そこに籠るような感覚。コクローンの感覚である。ファッションやメイクをさまざまに変えて自己に「萌える」ことのできる「身体」とは、「現実」とは別の、つまり「オルターナティブ」な姿、過酷なものなどではなく「享乐的なもの」であるというステートメントを示そうとするものであり、「美」への追求であるという美学的なものが礎になっているということ、さらに「プレイフル」な自己肯定感と充足感を持った主体がある。

ジャック・ラカンはいう。「人は他者との関係性を通じて、言葉と意味の不安定な網の目の中に住まう」と。「他者」を通じて「自己の身体」の在り方を確認するのである。ファッションを追い求める女子たちである「自己／わたし」とは、その周りの無数の「相手／他者／あの人」たちと、繋がりあ

いながら、また享樂しいながら、同世代の類似した感覚を共有する女性同士で交わす「言葉」の中に「文化構築物」として創られていることになる。ここで構築される彼女たちの「身体」は、ナルシスティックな感情によるものであるが、そこには多様な眼差しが注がれることにより立体的かつ重層的意味を伴って生成されている。その感覚は例えば、雑誌を食い入るように見るとき、あるいは美容室や書店において「チェックしている」とき、そして実際に購入した服をさっそく着て街に出かけ、友達と語りあうようなときに体感するものである。ラカン派精神分析家セルジュ・ティスロンは、ファッション雑誌を見ているときとは、モデルが次から次へとページごとに着せてみせる服そのものを欲望するのではなく、そのモデル自体を「自分／わたし」として置き換えて見ているのであると指摘している(2001)。つまり、本来「服」を纏う「モデル」という関係性において生み出されている「何か／対象」を、そのイメージの先に自分の姿を見ようとしているのである。雑誌のページが一つの「鏡」の役割をして、「鏡像化の効果のうちに自分自身の外見を想像できるようにする」に陥る。その自己を見つめている第三者の眼差しがある。同性の同じ感覚を持ったような仲間であったり、好意を抱く相手であったり、恋愛対象の相手であったり、夫であったり、あるいは別の女性であったりする。原初的には

鏡をもって「ほらこれがあなただよ」と指差している親／母親の「眼差し」が背後にある。こうして、雑誌が作り上げる場とは、所有する欲望そのものを作る場ではなく、それを「カメラのレンズの彼方」から見入る他者たちからの「わたし」をさまざまに想像する舞台である。つまり、雑誌に見入る錯覚としての「わたし」とは、他者の眼差しを介した想像上のものであるがゆえに、そこに姿を見せるモデルがあたかも自分であるかもしれないという「倒錯」的感覚に陥る。ここから数多の女性たちが「モデル」に憧れ、肯定的なイメージを吸収して、自己を「造り上げていく」構築作業に勤しむことができ、例えば「美月ちゃんになりたい」というような「自己同一化」を企てることが、共感をもって同世代の女性たちから受け入れられるのである。

この美をめぐるアイデンティティ構築過程を、ラカン派哲学者であるスラヴォイ・ジジエク(2000 [1989])の概念を応用しつつ、ポスト構造主義の視点から記述を試みてみよう。その美のスタイルを「シニフィアン(意味伝達媒体手段)」とすれば、「シニフィエ(意味内容)」は特定されるものか。欲望は固定されて満足されたものとして自己に不動の安堵感をもたらすか。そうではない。人は、「他者」たちの眼差しを意識し、自己の在り方をその上で「反作用的／廻及的(retroactive)」に造り上げていく作業に勤しんでいる。自

己回帰的に省察し、その在り方に対して、さまざまな思い／幻想が生まれていき、時間軸の中で、自分でイメージしていったものが浮遊する。固定されたイメージを確立することはできない。時間軸のプロセスの中で揺れ動くものである。最初に何らかのイメージをしていきながら、「シヨップ」に出かけていく。この時点で、想像している「わたし」には、すでに他者からの眼差しが介入していると同時に、「懂れている」誰かになりきりたいという「倒錯的」欲望が投射されている。そして、この欲望充足のために知の創造のプロセスが無意識の狭間に埋め込まれている。

つまり、この倒錯に駆られているときに行なっている操作とは、例えば、好みに従い、これまでに持っているものと合わせながら、「コーデイネット」をしていくプロセスでもある。合う／合わない、ビジネス／カジュアル、フォーマル／リラックス、デザインが派手／保守的、新しい形／定番のもの、色が明るめ／暗め、生地が厚い／薄い、細い／太い、固い／柔らかい、シヨート／ロング、季節感を意識する／意識しない、流行の色を取り入れる／取り入れない、等々、一連の二項対立的な操作をする。その中で、自分のイメージしたものをリアレンジし、好みに従って選んでいき、組み合わせせていく。自己を演じるためにこの周囲におかれた環境の無数のマテリアルの中から一つ一つ選びとり、自分を解釈するた

めの「美」を形成しようとする組み合わせていながら、自分がある感覚を作ろうとする。そうした一連の操作ができる能力と感覚のある人とは、レヴィ・ストロースの概念を使えば「プリコルル（器用人）」ということになる（Levi-Straus 1966）。つまり、無限の選択肢から選び取られ、創られていった「わたしの」スタイルとしてのファッションは、「プリコラージュ（器用仕事）」なのだ。しかし、ここに、自己と他者の「欲望の眼差し」が介入していた。つまり、そのプリコラージュをめぐり、複数の意味、絶え間ない解釈、浮き沈みを伴う感覚が生み出されていく。したがって、「ファッション」は「意味の不決定性」を孕むこととなる。一つのコーデイネットの意味内容は、時間軸の流れの中で事後的に作り上げられ、そこに、さまざまな立場の女性たちから多数の解釈が産出されていく。そして、延々と固定されることのない意味の中に自己が委ねられている。一九八〇年代から日本を代表するファッションモデルとして活躍し、現在は新人のモデル養成をしている黒田清子は、現在の女性たちのファッションの感覚に、すでに「西洋の伝統的コレクション」とはまったく異なる文化が入り、それらが日本の街に繰り広げられている様相を、以下のような言葉で表現している。「もはや誰もがファッションモデルといってもいいかもしれません」と。<sup>18)</sup>

二〇二二年二月二十六日に六本木において、「ダンス・ファッ

「シヨンショー」が、「The AneCan・CanCam Collection」として、ファッション雑誌の「読者のために感謝をこめて」開催された。春に向けて、女子大生や「OL」たちが着る「リアルクローズ」を、専属ファッションモデル総勢十七人の女性たちがスポットライトを浴びる中で、さまざまに華やかなパフォーマンスを披露していったのである。その舞台のためにモデルたちは、ダンスのトレーニングを二カ月に渡り忙しい時間の合間をぬって家で一人でしたり、日によっては数名が集まったり、そして全員が揃ったりしていきながら、一日数時間以上積み重ねていった。そのために、多くのモデルたちが足に豆をつくっていき、彼女たちの言葉でいえば「必死」に「が、が、が、頑張った」成果を見せる舞台でもあった。その一部始終をステージに手が届く程の近い会場の席から見守る女性たちは、流されていく音楽にあわせていきながら、次から次へと華麗かつ流麗な動きを全身を使って見せるモデルたちにむけて、手を振りながら声援を送る。それに応えるかのように、時折モデルたちはその身をかがめて会場の女性たちの手を幾度も触ったり合わせていったりしていきながら、「盛り上げていく」。リズム感のあるテンポの早い曲に合わせてさまざまにダンスをしていきながらランウェイを歩くモデルたちは、そうした女性たちの「すごい盛り上がり」から、そのための練習やリハーサルにはないエネルギー

を、その視線と光景の中から受け止め、「嬉しい」と感じていく。その盛り上がりやと雰囲気悦楽の一瞬を感じているモデルたちも観客たちも双方、その「楽しさ」が伝わり合い笑顔になっていく。ショーが終わった後で、トップモデルである蛸原友里は、「ファッションを通して女の子って楽しいね」ということを一緒に過ごすことができたと感じました」と語る。また、普段は「できる女」「クール」「かっこいい女」のイメージがある真山景子は、このときのファッションショーを述懐し「うれしくて、決めるつもりが、満面の笑顔になっていました」と語る。こうしたモデルたちの「身体」は、男性の眼差しの中においてではなく、普段は同じように「プリコラーージュ」のセンスを「街／ストリート」において、錬磨させて「見せて／見させられていく」女性の「ファッションモデル」たちの眼差しの交錯の中において、さまざまに展開されていったものである。しかも、その眼差しの交錯は、オーディエンスとパフォーマンスの境界線が消去される形で双方向のものとなっている。一方で、ステージを踊りながら春の新しいファッションを「見せていく」「パフォーマンス」としてのモデルたちが逆に「オーディエンス」となり、読者である一般の観客である女性たちを「見て」「微笑み」「元氣」をもらい、「楽しんで」いるのだ。他方で、「リアルクローズ」が華麗に披露されているが、はたしてそれが、実際に「街／

ストリート」に繰り出すとき、あるいはキャンパスやオフィ  
スにおいてふさわしいものであるかという審査／品評を絶え  
ずしている女性たちもまた、「見る」存在であり、繰り広げ  
られる演技に「楽しさ」や「高揚感」を感じる事ができる  
感性と技能を持った存在なのだ。

こうした、感化しあう眼差しの中で構築される「すべての  
ファッションモデルたち」のアイデンティティとは、完結し  
たものとして固定されるものなどでは決してない。「反作用  
的／邂逅的」に、見ては解釈し、着て鏡を見入って納得しよ  
うとし、周りの女性たちと比べては自分のスタイルを考え、  
見られているという感じがしては意識する。一度、ファッショ  
ンやスタイルを決めれば、それで完結した感覚などになる  
はずがない。絶えず「いろいろある自分があるはずだ」、「もっ  
とかわいくやりたい」、「もっと素敵な自分があるはず」、「こ  
のバッグは今日のジャケットにマッチしているかな」、「あの  
ブランドもかわいしいし、こっちのブランドもいい」、「買った  
けどあっちのほうがよかったかな」、「こんなはずではない」、  
「今日は盛れていない」、「新しい自分があるはず」、「このア  
イテムはもう古いかも」、「あの人に気づいて欲しいワンピース  
ントのものがあるのに、気づいてもらえない」、「今日何を着  
ていけばいいのかわからない」、「もっとかわいくしたい」と  
いうような、絶えることのない「戯れ」が伴うものである。

なぜなら、美としてのスタイルは欲望に対する補填／代替物  
による置換であるため、その欠如と疎外は永遠に補填される  
ことがないからである。ということは、完成し静止した自己  
など存在しないということだ。ファッションショーで交錯し  
た視線の中で象徴的に浮かび上がるような「楽しむすべての  
モデルたち」の背後には、こうした「反作用的」な焦燥感が  
絡みついているのである。つまり「かわいい」と見られる  
「素敵な自分」とは、絶えずどこか「不完全」なものであり、  
そもそもそうした理想的な「わたし」などに到達するという  
ことは「不可能性」を孕むものである。

こうして、このすべての「モデル」たちが自己の中に抱え  
込む感情には「思い悩む」という「負の感情」が生まれていく。  
この自己の心的状態が、ジジエクがいう「症候 (symptom)」  
で、主体の無意識の葛藤であり、承認されたいという欲望自  
体が叶わないのではないかという不安に襲われたときの感覚  
である。例えば、ファッションのセンスを磨いて、メイクの  
仕方も覚えて、「鏡」に向かった瞬間、「化粧のノリが悪い」  
と思ったりしたりしたときの状態。あるいは、トレンドの服  
を身に纏い街を歩いて、ウィンドウショッピングしたとき、  
「あっちのほうがよかった」と思うときの状態。他の人が持  
つバックのほうが「かわいい」と思ったときの羨望する心的  
状態。似合っていると思っていたアイテムが街の窓に映って

「似合っていない」という感覚に襲われたときの心的状態。街のショッピングモールの化粧室の鏡に映し出される自分を見入り「こんなはずではないのに」と欠如感覚に苛まれる焦燥感。自分が抑圧していた一連の葛藤と欠如感を伴う状態。

「わたし」の「不可能性」ゆえに、「わたし」の中に自己不信感、自己否定観、自己嫌悪、いたらなさ、やるせなさ、空しさなどの「負の感情」を自己に植えつける。自己の「至らなさ」を体感したとき、「トラウマ」的な喪失感を覚える。葛藤からさらなる葛藤が生まれていくことになる。この運動自体も延々と延期されていくものである。こうした一連の喪失感を中心とする磁場が、ラカン<sup>15)</sup>ジエクがアイデンティティ構築に絡む疎外と葛藤の場として指摘する「現実界」である。この揺れる感覚に苛まれる世界とは、例えば、こうしたファッションを追い求める女性たちの中で圧倒的支持を獲得している「浜崎あゆみ」や「加藤ミリヤ」などの歌詞の中にも託されているように、現代の恋愛の経験に伴う感覚——高揚感や多幸感とともに空しさや辛さを覚えつつ「遇いたい」と思わせる感情の不安定な揺れ——とを象徴的に重ね合わせる事ができる世界である。

このように、「自分である」という感覚を持った「自己」を「主体」とすれば、「主体」は、時間軸の流れの中でさまざまに揺れ動く動態的存在で、そのプロセスとは一様なもの

などではないのだ。「自分である」という感覚は到達不可能なもので、絶えず、欠如感を伴うものであり、どこか「中心をはずれた」感覚を伴うものである。それゆえ、絶えず、その補填と修復を必要とするものである。「主体」とは、こうした「自己同一化」の達成の「不可能性」への「抵抗」であり、そうしたトラウマ的主体に享樂すら覚える。この葛藤とともに悦樂とが自己回帰的に襲う両義的感覚が「サントム(sinthome)」である。<sup>16)</sup>この「サントム」という概念に、ラカン<sup>15)</sup>ジエクは、人がさまざまな状況から自らを崇高なものへと高めようとする際に伴う心的葛藤や欠如感、また、理想化されたなんらかのものへの渴望感が、人の創り上げるものに纏わりついている様相を見出す。ファッションとはそうした「サントム」を体感する媒体である。さまざまに自らの在り方を創っていくこうとしていくが、その達成など叶わず、創り損なっていくが、そうしたときの葛藤に享樂を覚えていくのである。

さまざまな媒体を通じて「言葉」によって無限に構築されていくイメージとしてのファッションは、「戯れ」であり、自分と他者との「解釈」であって、到達感を体得することとは無縁のものであった。今日着る服を選ぼうと、数多ある多様な服がしまわれたクローゼットを開けたときに女性たちが共通して感じる感覚が襲いかかる。「着るものがない」と。

そうしてショッピングに行った方がいいが、「みんなよさそうだけど、どれを買ったらいいか分からない」という焦燥感に襲われる。人間は、根源的に不安定な意味を持つ「言葉」を使っているがために、「欲望」を手に入れたとラカンはいう。そして、欲望は「言葉に根差した学習の産物である」ともいっている。そこに、人間はどこか「欠如」した存在となり、人間の活動は満たされない欲望の上に成立しているのだ。こうして、ありとあらゆる物欲のすべてが、満たされることのない欲望を満たそうとする行動にむすびつき、欲望の限界がなくなっていく。欲望の本質的な充足の不可能性ゆえ、そこに「症候」が生じる。だが、そこに悦楽を感じるという「サントム」を覚えていく。だからこそ、無数のスタイルが溢れ、無数のナルシズム的語りがなされ、女性同士の解釈共同体を形成していき、そうして、異なるアイデンティティが、時間軸に応じて構築されていく。ゆえに、ファッションスタイルを形成するアイデンティティ構築には、こうして空しさや不安や喪失感といった負の感情に打ちのめされていくが、享楽が買っていくこととなる。

ここで、ファッションに夢中になる「わたし」とは、「コギト・エルゴ・スム（わたしは考えるゆえにわたしは存在する）」というデカルトの有名な確信を持つ「わたし」ではない。「考えるわたし」が「わたし」という場において「存在

する」というアイデンティティの在り方は、ストラザーンも指摘するように、欧米中心主義的なものから生まれたものであって、他の文化では必ずしも当てはまらない感覚である (Strathern 1986)。この文化人類学的読みの背後にはレヴィ・ストロースの反人間主義的思想がある (1989)。つまり、確信を抱く「わたし」の形成の在り方とは、魂と肉体とを対立させ分離させてしまい、内的な自分のみに存立基盤を獲得しようとするもので、そこに人間中心主義による欧米の価値観の萌芽を読み取ることができる。さらに、このデカルトの「確信」を抱く「コギト」とはジェンダーに中立などではなく、中流以上の白人男性による父権制度に基づいた個人であり、そこから、女性の存在が排除されていることが暴かれている (Žižek 2007 [2000])。こうした「コギト」の西洋中心的男性性は、ラカンによって相対化され、「わたし」という存在は実は掴もうとして掴みきれることなどない様相が検証された。つまり、この「わたしが考える」の「わたし」が目指しているものとは不安定な揺れと喪失感の磁場としての「現実界」であるとしてくる (Lacan 2000 [1964])。「わたし」とは「戯れ」であり「誤認」であり「倒錯」であり「症候」であり「サントム」であるのだ。ゆえに、ラカンは、デカルトの想定する主体は客観的真理の基盤を保障するようなものでなくてはならないところに思考の限界を見出し、以下

のように書き換えて「わたし」の在り方の遊離性と不安定性を浮き彫りにする。「わたしはわたしの存在しないところで考える。ゆえに、わたしはわたしの考えないところに存在する」<sup>20</sup> (Lacan 1966)。

「東京ガールズコレクション」に出演しようとしている山本美月に「憧れ」、一女子学生が「美月ちゃんになりたい」と語る「わたし」。ファッション雑誌主催の、専属モデルたちによる「ダンス・ファッション・ショー」の重要な位置にいる押切もえを、応援しながら「憧れ」、「大人っぽいもえちゃんになりたい」と語る「わたし」。こうした自己同一化を試みようとす「わたし」の中には、明らかに、デカルトの想定するような思考による確信は存在しえない。雑誌のモデルを見入るときの「わたし」とは、すでに他者の眼差しによる想像上のものであった。この「鏡像」を「真」だと誤認するところから、他者に憧れを抱き、自らをそこに投影させて同一化させることにより自分を創り上げる想像が働いていた。さらに、その「わたし」が、そうした自分の写真を撮り見入るときの感覚、あるいは、それをインターネット上に載せて見入るときに介入する感覚、あるいは、ショーウィンドーに映る自分を見入るときの感覚とは、すでに「他者」として創り上げた「わたし」であった。そこにさまざまな言葉やコメントで語られるものとは、享楽であったり、欠如感であった

り、あるいは癒しであったり安堵感であったりしていた。もはや、そこにはデカルト的主体は存在しない。「身体」を遊離し、現実界の彼方にさまざまに構築されていく不安定なラカンの主体がある。

#### 4 闘争心を表現する媒体としてのファッション

##### ——欲望する主体の彼方にあるもの

女性たちのファッションをめぐる、さまざまに浮かび上がるラカンの主体をいかに解釈し、脱構築すればよいだろうか。享楽を追求するアイデンティティ、刹那的アイデンティティ、複数的アイデンティティ、流動的アイデンティティ、倒錯的アイデンティティ、他者的アイデンティティ等々、こうした現実界に投射される浮遊する複数のアイデンティティを、グローバル資本主義社会のネオリバリズムの状況コンテクストにエドワード・サイードの「対位法的分析」を使って布置してみたとき、何が見えてくるだろうか (Said 1993)。明らかに、そこでの目的追求型の合理性をのみ追求する杓子定規な男性中心の世界観への政治的応答性が読み取れる。刹那的美に享楽する女性たちのスタイルとは、「先の見えない今」を「象徴」するものであると同時に「抵抗」を表している。掴もうとして掴み損ねるスタイルに「悦楽」を覚えるところ

に、「結果がすべて」という論理を追求してきた社会に揺さぶりをかけている。「萌え」の感情で共感や繋がりに美徳を見出しているところに、市場中心主義で人を評価し上下関係を形成していたグローバル社会の価値観の在り方を攪乱している。ここで、支配的にグローバルな形で覆い尽くすカノンカルチャーを「権力」とすれば、ミシェル・フーコーの言葉を使えば、「権力のあるところには、抵抗がある」という構造を読み取るとは容易である (Toucaut 1980)。女性たちのファッションの美をめぐる主体の在り方とは、このように「抵抗の力学」を実践しているともいえる。化粧やファッションをめぐる彼女たちの一連の行動には、彼女たちの意思表示やメッセージが込められているのである。男性中心的社会における、女性たちによる「カウンター・ディスコース (counter-discourse) / 抵抗の言説」としての「美の語り」であり、「身体」はそれを象徴的に表すポリティカルな磁場になっているのである。さらに、ファッションを纏う女性たちの抵抗的媒体として身体は、喪失感や欠如感を伴う現実界の彼方を目指すものでもあり、不安定な遊離性を生成しているものでもある。

だが、ここでこうした同質的な女性同士が離合体を形成し、単純に男性社会へ抵抗しているという図式ではまったくない。そこに絡みあっている感情や意志には人間の根源に潜む闘争

心が躍動している。ここで、「女性同士はライバル意識が強くて、絶えず優位に立ちたいという思いがある」という一人の女子学生の発言が強く想起される。また、同世代の女性同士が出会うと相手のヘアスタイルからファッションを「上から下まで見合う」ということをして、相手がいかなるハビトゥスの持ち主であるかを確認するということをする。この感覚は、元モデルであり、今はファッションモデルを指導し育成している黒田清子の語りとも呼応する。彼女はファッションモデル同士が集まる楽屋では「負けるものかという火花が散っている」と述べている。が、敵対的なものではなく、お互いに良いものを刺激しあうような感覚で競い合うのだ。例えば以下のような思いが女子学生の中に駆けめぐると。「友達同士の間でダサイと思われたくないという意識が働いていたような気がする」、「仲間の地位に必死にしがみつくる行為として着ていく服を考えていた」。こうして個々の女子学生は互いにファッションを創り上げるといって美を通じて、繋がりをとめつつも、互いに他を牽制しつつ「卓越性」を競い合っているのだ。ファッションショーにおいても、モデルたちがその「卓越性」を華麗に披露してみせることにより互いに競演しあっているが、モデルたち自身の「身体」は、他のモデルたち同士の間だけではなく、観客である女性たちとの相互関係においてさまざまに解釈されていく。

ここに繰り広げられる美の幻想構築作業には、競い合う仲間同士という他者からの評価／否定／審査が存在する。自分の身体を眼差す他者自身もまた、同じシミュレーションの競演に参加している他者である。同じ仲間同士、異なる他者たち、街を行き交う見知らぬ他者たちのいずれもが消費者であることに違いない。そうした他者たちの眼差しが、自分自身の意識の中に埋め込まれている。見られていると思っっている想像上の自分もまた、街やキャンパスを行き交う周りの人々を見ているのだ。そうした眼差しの交差は自己の内部にあるのであり、権力関係はミシェル・フーコーがいうように、固定された監視する権力者の眼差しを体内化させていくというよりは、その眼差しの交差によって主体が形成されている。見る人と見られる人との境界線は解消され、誰が見られて従属的な関係になり、誰が見て優越的な関係になっているかという、視線の一方的流れによる上下関係はなくなっている。互いが他に影響力を与え、与えられる相互関係の中で競い合う。たとえ「わたし」が鏡を見ているときにさえ、そこには「他者」を眼差す視線があり、「わたし」がファッション雑誌の憧れの「他者」を見入るとき、「わたし」自身を妄想する視線がある。各個人の内部に「見たい」という感覚があり、その眼差しの交錯する関係において「見られている」という感覚が産出される。こうして、街全体が舞台装置となっ

ていくとき、彼女たちが目指す一つの感情とは、例えば「アガる」という感覚である。この感覚は、彼女たちに話を聞いていくと、通常日本語で使う「緊張」によるものとはまったく違う意味合いで、彼女たちが好むファッション雑誌にも使われてもいる言葉で、彼女たち自身も使うスラングである。例えば、外見を自分なりにコーディネートして「自信が持ったとき」にもたらされる、「何事にも前向きになろう」とする感覚である。

アルチュセールが指摘するように、人は日常生活においてさまざまなメディアの中に身を置く中で、主体の在り方を形成する言葉を積み込まれている。これを「呼び掛け (interpellation)」と呼んでいる。「幸福の追求」という「強制命令」を「呼び掛けられ」、それに従い、消費力として社会の差異の体系から自己を構築していくようにコントロールされている。これが現在の消費を通じての「幸福の追求」の自己である。そして、自分なりの美の追求とは、無意識のうちに競争し合う関係の中、あるいは繋がり形成しようと内なる他者との関係と競合し合う関係の中にある。そこで、自己表現しよう、自己実現していききたいと日々強制されているのだ。こうして、組織的に自己の身体に刻み込まれた一連の訓練、欲望、幻想、更新、差異化を渴望する「わたし」とは、消費をめぐる「規律訓練」の媒体となっていく。「こういうスタイルが良い」

「これをこういうふうにごディネットするかわいいい」、これを着るのが「今新しい」、こういうスタイルで「アガる」といった一連の他者からの「呼び掛け」が自己の内に響く。「他者」の眼差しは自分の中にさまざまな形で存在している。「呼び掛け」はネット上に、ファッション雑誌の記事に、<sup>19)</sup>で聴く好きなアーティストの歌詞の中に、街に電車の中は所狭しと展開される広告に、さまざまに織りなされている。スマートフォン普及は、言葉だけでなく、指先の触感のみで動かせる映像という形で、「身体」の錬磨の試みに拍車をかける。女性たちは、好みのモデルたちのブログをチェックすることに余念がない。ネット上に紹介される私生活における装いや小物に至るまで参考にする。当然、その好奇心は脱領域的で、例えば、アメリカのMTVのリアルティショー『ザ・ヒルズ』で話題となった「等身大ヤングセレブ」として知られるローレン・コンラッドはアメリカ国内でももちろん、日本人女子学生からも多くの支持を得ている。彼女はファッション業界を学ぶために、カリフォルニアのラグナビーチからロサンゼルスに居を移したが、その一連の個人的な経験——自分のファッションだけでなく、例えば、友情、恋愛の経験、仕事、勉強、食事、住居などの実生活の様相——が撮影され映像化されていき、そのためのサイトも設けられている<sup>20)</sup>。彼女の女性ファンは、こうした私生活のライフスタイル

を参考にして、自らのファッションアイテムを選択していくときに役立てようとするのだ。

そうしたものを無意識に眺めているとき、心地よく音楽に身を委ねているとき、「消費の言説」が「身体に書き込まれている」のである。それに従うようになっていき、「うちら」の美を錬磨することで仲間意識の形成を試み、異性の眼差しを虜にしようとし、「自分は違っている」と他者と競争し、自分はあたかも「他よりも優れていた」という自負心も持とうとする。公の場とは、自己が何者であるかを問う、自己表現を競う闘争の場である。視覚と言葉で吸収されていく実践感覚、つまり装う美の感覚としてのハビトゥスは、錬磨され、「他者」の審美眼の眼差しがさまざまな舞台において、つまり街、キャンパス、オフィスなどにおいて、縦横に交錯していくのだ。こうした女性たちが互いに他を牽制しあう美の構築の過程においては「プリコラーージュ」の到達点は、延々と延期される。それゆえ、幸福と美の追求を「呼び掛けられている」主体は、それに絶えず応えようとするが、焦燥感、葛藤、不安などに苛まれつつ競争心を焚きつけられて、また再び新たなスタイルを渴望するのである。「呼び掛けられて」応えていく主体とは、こうして、他者との闘技的感覚を生み出していくこととなる。

ジル・リポヴェツキー (2003) は言う。こうした個人と個

人との間にある競争的な関係、そうして個人内部にある対抗的意識、消費をめぐる羨望感とは、殺伐とした闘争関係にある現在の「黙示録」であると。豊かさの崇拜、セレブへの憧れ、新しさへの欲望はもはや人に安堵感をもたらすものではない。都会的メンタリティ、仲間内の繋がり、異性との関係、自己イメージなど、いつ脆くも崩れさるから分らない。仲間内同士の繋がり揺れ動くものであり、違う外部を徹底的に「排除」するスタイルでもある。親密な関係の裏側には疎外された関係の人々が多数存在する。盛り上がる仲間内の背後には、その姿に嫉妬したり嫉妬する人々がいる。愛し合うカップルの背後には、そのカップルになりきれない人たちの羨望感、拒絶感、敗北感、劣等感の感情が渦巻いているのである。他方、そのカップル同士でも、互いの個人的関係の中で大きく葛藤と虚無感と喪失感と数多の感情の渦に苛まれている。たとえカップルであっても、はたして「承認」された恋人同士なのか分らないという感覚も覚える。働く独身女性のファッションとは、その身体にハイファッションを身につけるが、その内側には、家族を形成することのできない挫折感や後ろめたさを抑圧している操作が働いているのである。こうして、ファッションとは、女性たちに美を構築させることを通じて、差異化と同時に繋がり、新しさと同時に癒しを求めさせる。だが、やがて彼女たちをストレス、劣等感、挫折感、虚無感、

そして潜在的喪失感にもおとしめうるものである。実際に自分の身体に課しているのは、女性たち同士の間での「卓越性」をめぐる、新たな規律訓練であり、そこに再び闘争的關係を形成していることになる。不安、挫折感、虚無感、嫉妬感、劣等感などが渦巻いている。だが、こうした負の側面によって消費社会が絶えず更新され拡大され発展を約束されるのである。

世界経済システムが作り上げられる直中の十七世紀半ば、争いが絶えないヨーロッパにおいて、身体の物理的安心感と社会的安全とを確保しようとしたホブズは、「万人の万人による争い」を排除するべく、「闘いを抑圧」し、「恐怖」から主体を遠ざけようとした。そのために、同質的「市民」を想定し「国家」というものを構想し、戦争や紛争の歴史を超えて我々の国家意識の礎を築いた。王権ではなく市民へ、貴族ではなく一般人へ権利と自由を目指す思想を構成した。王族や貴族たちが追い求める権力と宗教闘争とが十六世紀から十七世紀にかけてヨーロッパ全土に繰り広げられ、それを沈静化させるための「国家」という装置を作り出した。確かに、その装置により、身の安全と自由を確保できた。だが、ホブズが描いて具現化させようとした「自由」とは、根本的に、主体の内部を拘束し、異質性を排除する認識論的力作用を伴うものである (Foucault 2007)。異質な他者との関係で、

名誉や威信を求める競争こそ人々を相争わせるもとであると捉え、自己が示そうとする勇氣、闘技精神、名誉欲を認めなかったのだ。しかし、国家の市民の安全のためにホップズが抑圧した美德を求める精神、互いに他者と卓越性を求め合う精神、異質性を認め合う闘技精神とは、アレントが『人間の条件』の中で力説しているように、人間であることの根源的なものである（梅田 2010）。人間の「生」を突き動かしていく、消えそうになっては、より力強くなり、生まれ変わろうとする力学が絡んでいるものである。それゆえ、こうした主体の内側から再び立ち上がったいく感覚は、承認の欲望、卓越性の欲望、そして闘技的精神の欲望である。

翻って、「街／ストリート」、オフィスやキャンパス、ファッションショー、そして電子メディアというさまざまな「状況コンテキスト」において女性たちが「美」をめぐる「卓越性」を「競い合う」ところに立ち上がる感覚とは、この人間の「生」の根底に関わる感情である。例えば、新しい「雰囲気／アンビエンス」を創り上げたいという「美意識」を錬磨していくものであり、かつ、他者との関わりにおいて、審美眼と感覚と技能を高め、互いに美を競い合おうとするものである。そのプロセスにおいて、女性たちは、ファッションという「コンテキスト／コンテスト」において、「サントム」、すなわち、一方で心地よき、癒し、自己充足感、享楽

といった感情を抱くが、他方で、自己感覚の儂さ、脆さ、欠如感、不安、虚無感といった感覚をも抱え込むこととなる。

グローバル状況の直中にある彼女たちは、卓越性を欲望し、「自己実現」を競い合うプロセスにおいて、その「不可能性」ゆえに「自己」を見失っていくような喪失感もたらされる。

しかし、自己をより高いものへ創り上げようとするところに、人はそこにすがらざるを得ない感覚に打ちひしがれる、あるいは、追い求めることを辞めようなどとは思ひもしない。そこにおいて、人は、自分自身を超越しているような視点から見ようとして自らを成り立たせようとする「支え」——ラカンの概念でいう「対象 a」——を見出しているのである（新宮 1995）。こうしたものを彼方に見出そうとする根底にある「サントム (sinthome)」という言葉には、「構築された人 (synth-homme, synthetic artificial man)」や「聖トマス (Saint Thomas)」の存在が託されている (Zizek 2000 [1989])。聖トマスとは、新約聖書の十二使徒の一人であるが、イエスの復活を信じることができず、その脇腹の傷に指を差し入れられることで信じていくこととなるという寓話が有名である。「聖トマスの疑念」は古くから絵画や彫刻の題材になっており、例えば十七世紀のイタリアの画家カラヴァッジョによる作品などでも知られる (岡田 2009)。その絵画において聖トマスの眼差しは、イエスの身体とは違う方

向に向けられている。そして、イエスは彼へ「見なくても信じる者は幸いである」と語る〔ヨハネの福音書〕20:24,29)。彼は、イエスの復活を視覚によって認知するのではなく、その想像の彼方に、心の中で感じ取っているのである。そして、信じようとする聖トマスの根底には、心的葛藤や欠如感という心情と同時に、崇高なものへの渴望や憧憬という感情が貫かれているのだ。こうして、さまざまに構築されていく美の競演としてのファッションの舞台に連綿と流れる文化的感情に、キリスト教の歴史の一つの情景の中に深く埋め込まれてきた宗教的心情を時空間を超えて重ねてみるができる。

クリフォード・ギアーツは、文化が人にもたらす心的作用と宗教のそうした側面が相互に関連していることを検証している〔1987〔1973〕〕。つまり、文化としての美を競うときに抱かせる感覚と、宗教のもたらす効果とが類似した人類学的機能を持つのだ。テリー・イーゲルトンも、解釈学とは異なる視点から、こうした美の文化と宗教の心的作用の機能をイデオロギーとして捉え、その類似性を認めている〔2010〔2009〕〕。美の領域においても信仰の領域においても、人はそこに超越的感覚と究極的価値を、安寧と安堵感をもって見出し、卓越性を競おうとし、凜とした自己の確立を行為遂行的に試み、それを他者に投じてみせようとするが、そのとき「承認」を得られるかという確信などどこにもない。このように美的文

化としてのファッションへの耽溺に自己目的な場を脱領域的に張りめぐらす文化の網の目もたらす感覚とは、神を心的拠りどころにする信仰心と確かに類似する。そして、ここにおいて、人間の根源的な「闘技的欲望」を布置したときに立ち上がるもう一つの類似性は、美の闘争と信仰心とに共通するものは、両者とも「自由である」と認識し心酔しようとしながらも、「欠如感」という、拮抗した負の感情が介在するということである。

この闘争を欲望するときに埋め込まれる欠如感は、グロウパリズムの言説で人々に強いていった「個人化」の作用によってもたらされた「不安」と響き合う感覚である。この恐怖心を抱きしめつつ、競争心と自負心とともに「わたしである」「感覚としての自己表現として、たとえば街において、あるいは電子媒体上において、美がさまざまに披露されていく。だが、いくら消費しても、この心的自己の姿は遠のいてしまうという美の追求の不可能性が人に虚無感を与える。そこにあるのは無限に張りめぐらされた差異の体系の隘路であるのだ。自らが行為遂行的に張りめぐらしてきたシニフィアンとしてのファッションによる「意味の網の目」だけではなく、無数の他者たちが時間の流れの中でこれまで張りめぐらしてきたものによるものである。つまり、自己を表現しているのは、実は差異の体系の一抹であり、そこに自分があるのかどうか

という感覚さえなくなってしまう。他者の承認に叶うことを意識することすらなくなってしまう。無視することや、抵抗することや、一時的な快楽はあるとしても、そこにあるのはもはや消費の差異の体系の論理に操作されている客体にすぎない。一時の快楽に身を委ねようとする裏側、自己の内部にあるのは、他者との競争心や闘争心や自負心であるが、同時に、流動的な不安感、葛藤、脅迫感、切迫感、強制感、幻想に踊らされている姿、その姿も崩壊するかもしれない、自分が求めているイメージも幻想に過ぎないという喪失感が渦巻いているのである。こうした差異の体系の中に入っていくことをボードリヤールは「悪魔との契約」と呼んだ(1970)。人間が技術発展を通じて「自然」を支配して文明を築いていき、「神の王国」ではなく、「市民による国家秩序」を形成していったグローバリゼーションのプロセスとは、神の支配に逆らう「悪の力の獲得」であると隠喩的に表現する。この契約の結果、資本主義精神が生まれ、近代化学と物理学の発達の成果としてインフラストラクチャーの整備が徹底し、地球が精神的にも物理的にも縮小し、占星術が天文学を生み出し、諸医学の発達によって人間の医療的身体の支配と治癒が可能となった。「消費社会」とは、こうした「神」から、特権階級とされる王や貴族によるものではなく、「市民」が獲得した社会の在り方で、自由を表現する公の舞台であるはずであっ

た。だが、残る主体にあるのは「自分だけが幸福になりさえすればよいという利己的な欲望」とともに、「無制限な欲望」と強制に苛まれる不安感と焦燥感を抱える虚無感」である。

しかしながら、ファッションに刹那的に耽溺する女性たちは果敢なる戦闘員である。女性たちは、ファッション雑誌のモデルに憧れ、自らがその存在になり、雑誌の紙面を通じてあえて同世代の女性たちから見られることに享楽を覚える。

モデルたちは自らの写真を自分で撮り、それを電子媒体に載せていき、見られることを通じて他の女性たちからの繋がりという言葉に安堵する。女性たちは、自らが見られることを意識して自分の部屋のクローゼットを空け、親しい女性同士と仲間意識を形成し、「女子会」をするために街に出かけていく。こうした個々の女性たちは、同時に、他の女性たちを「眼差す」ことを通じて、卓越性を競い合うことをする。女性たちは、それゆえ、自らが、その終わりのなき承認を得る闘争のゲームに入り込み、「知的檻」を自らが形成し巧みに操作してまで「見られる」「コンテクト/コンテスト」の場を形成し、そこで美的ハビトゥスを披露していく主体となる。フーコーが指摘した日常生活に入り込む円形の監視システムである「パノプティコン(一望監視装置)」としての「知的檻」の中心部に位置する「見る」監視塔であれ、周辺に配置される「見られる」独房であれ、ファッションを競う女性たち一人

一人は皆、それぞれの空間に入り込んだり、抜け出たりすることができ自由な主体である。それはもはや同質的従属を内在化させる「近代的主体」などではなく、「承認への闘争」が消え去ることはない形で、心地よさと不安感、虚無感と充実感、心酔感と恐怖感という両義的感情を抱きしめたアイデンティティが、ここで立ち上がることになる。この両義的感情を抱きつつ「見る」と同時に「見られる」主体を自らが演じていく目的のために、ファッションと化粧に耽溺する女性たちはさまざまな技巧と意識とを組み合わせていた。リポヴェツキー (Lipovetsky) がいうように、殺伐とした競争的関係の終わりになきゲームの直中にある人は、他方で、虚無感を抱きしめたナルシステイックな自己愛を持ち、心地よくつろいだ感覚を持ち、感じのよい雰囲気をもさまざまに形成しようとする。そして、日本の女性たちは女性たち同士で「絆」を形成しているのだ。<sup>17</sup> たしかに、男性中心的グローバルイズムの言説の中においては、「心的」自己と「集団的」自己とを同円上に重ね合わせていきながら形成される「個体化」のプロセスが貧困なものにさせられている。しかし、女性同士がファッションに自己愛をもってナルシステイックに耽溺する「わたし」という感覚は、見てきたように、所与の「要素／エレメント」を縦横に組み合わせ、自分なりに解釈してみせ、「わたし」であるという「新しい」感覚を、「もっとかわいい」という

イメージを構築してみせようとする。「わたし」からさまざまに遊離し続けるもの、あるいは虚像が自分であるという「倒錯」でもあるのだが、であるからこそ、そうした衰弱した「個体」を再び活性化させ、人間としての根源的な力を呼び戻しているということになる。

ファッションの美を形成させようとすることを通じて、自己の身体を「作品」としてさまざまなセンス、感覚、趣向、新しさ、技巧、フォルム、色彩等々を考慮し、「生の技法」を修練しているのだ (Focault 2004)。力強く、自己の「生」をさまざまに解釈してみせようとしているのだ。そうしたグローバル権力の流れに抗う力学的作用の波の中にフーコーという「抵抗的主体」が垣間見せているといえよう。ここで、ファッションをめぐる「抵抗的言説」としての「美的ジャンル」は、グローバルに広がるネオリベリズムにおける「主体」の在り方について、その現体制の社会的意義を再確認したり、「注釈 (commentary)」を加えたりする類いのものではない。<sup>18</sup> 「功利主義」と「市場原理主義」のもとでグローバルに完遂されたカノンカルチャーが示す合理的主体を構成している一つ一つの「要素／エレメント」を「解体」すると同時に、「プリコラージュ／組み合わせていく操作」に「享楽」し、戸惑わざるをえない感覚に想いを馳せさせつつも「闘技精神」を胸に秘め、思い思いに「共感」しあいながら

さまざまに「遊離」させてみせていく、さまざまなアイデンティティの在り方を構築していくのである。こうして、ファッションをめぐって浮かび上がるアイデンティティ形成の磁場とは、「抵抗」しながらも「楽観的物語／オブティミスティック・ナラティブ」をさまざまに立ち上げ、無限に力強く「再構成」させてみせる舞台なのである。

美をめぐる「豊かさ」とは、際限なく消費したいという欲望を「語る行為 (speech act)」の中から構築される可能性のあるものである。ただ、それを「他者」から「承認」されるという感覚を得られる保証などない。ジュディス・バトラはフォーコの主体の中に言語的に遂行されるパフォーマンスが、パフォーマンスとして「承認」されない危険性を孕むことと自身が美德であると主張する (Butler 2008 [2005])。つまり、消費を語ることによって「豊かさ」は概念として構築されるものであって、実態として存在するものではない。むしろ、言語の差異の体系の中に配置されるもので、「逐次構築し損ねるもの」である。なぜなら、消費の欲望の彼方にあるものは、延々と延期される感情の浮き沈みの反復性に委ねられているからである。つまり、美の卓越性を競うべく、一時の快感を味わうかと思えば、すぐに古びたものになり不満の元となり、一瞬の安堵感を得たかと思えば、挫折感を味わうものであり、個性を表現できたかと思えば、すぐに別のも

のに取って代わられそちらに新しい個性を求めようと思い、自負心を抱いているかと思えば、他の人が羨望の的になり、そこから嫌悪感や、劣等感や欠如感を覚えるものとなる。こうした安堵感と虚無感、満足感と喪失感、自負心と劣等感、達成感と欠如感等々の不可能性を徹底的に体験させられる場がファッションの消費である。そこに、卓越性をめぐり、人は、さらなる卓越性を求めようとするが、つかみきることも不可能である。「闘いの欲望」がこうして再び人の内部に立ち上がるが、それは、自己に虚無感と疎外感をもたらすものに他ならない。こうして、自己の安全性を確保されたはずの市民社会、個人の努力が誇示できるはずの公的場、異質性を保障されるはずの舞台とは、演じようとする演技者に、果たさない「渴望感」という「喪失感」をもたらす時空間となる。だが、そうした意味の網の目の隘路から、女性たちは、生きる意味を、生きる力を見出そうとしているのだ。自由を獲得したはずの人格とは、桎梏と規律と差異の隘路に絡みとられた不安定な構築物として「現実界」の空間に幻影のごとく投射されているものである。

## 結語

構築される「プロセス」としてのアイデンティティとは、

無数の「他者」との遭遇、共感、連帯、闘争、葛藤とにおいてさまざまに立ち上がっていくものである。グローバルゼーションを動かす原理とは、利便性、快適性を求め、無駄を省こうとする合理性などを追求するものであった。だが、それは、見てきたように「脱人間化」をもたらすものであった。これでは、「他者」との関係において、自ら周りの人々との関係において苦慮しながらも承認しあい、何かを造り出そうとする意志を弱体化させてしまう。「他者」との関係性を超越できるようにならなくては、アイデンティティ構築を可能にする創造力は崩壊してしまう。つまり、現在は、アイデンティティ構築の危機にあるといえる。

そうした殺伐としたグローバル環境に対して、日本の女性たちのファッションは象徴的に抵抗している。「ファッション」とは、現在の家父長制の大変な現実に対して、自分自身が、自己目的に利他的に享樂する文化として読み取ることができ、一つだけの確立されたアイデンティティに対して、「複数のキャラ」を演じる複数のアイデンティティを構築し続けていることが表出しており、さらに、敬意や尊敬ではなく、繋がりや「萌え」の関係性を作る象徴であるのだ。その主体同士は「他者の承認」という形よりは、むしろ、「闘争を欲望する」関係である。孤独な演技者でもあり、評価する立場にもある。そうして、その欲望とは際限のないものなの

である。このファッションと化粧を通じて若い女性たちの構築する多様なアイデンティティの在り方——複数のアイデンティティ、流動的アイデンティティ、享樂的アイデンティティ、利他的アイデンティティ——は、いずれもグローバル社会において確立されるものとしてのアイデンティティ形成の危機の状態から生み出されていったものである。立ち現れた際限のない欲望を持った複数のアイデンティティとはそうした社会コンテクストへの抵抗的メッセージを発しているといえよう。ここには、「脱人間化」し「動物化」した「マクドナルド的主体」というグローバル社会において創り上げられた人の「生」の在り方を「攪乱」させていきながら、また別の「生」が提示されている。つまり、ネオリベリズム的な合理的主体とは、「美」という舞台において、自らを構築しようという感覚で「書き換え」られ、人間の「生」の在り方を「作品」として示していこうという意志で「解体」させられ、卓越性を競おうという闘技的精神で「再構成」させられているといえよう。

だが、そうしたオルターナティブに立ち上がるさまざまなアイデンティティ構築のプロセスにおいて、人は、その達成の際限のなさという「不可能性」に突き当たっている。グローバル社会の今日におけるアイデンティティ危機に晒されている若い女性たち——構造的他者という社会的な周辺の立

場、あるいは家父長制の柵に苛まれる状況にある者たち——が心に抱きしめている感覚とは、不安感と不信感である。だからこそ人は、そこに一瞬の輝きの享樂と束の間の自尊心を見出そうとするのである。そうした自己の高揚感の「場」が奪い去られる可能性があるという危機感や恐怖感があるからこそ、なおさら、人はそうした舞台の役割を演じる「眼差される主体」を欲望する。そして、女性たちは、ファッションを通じて、日常の「構造的周辺の他者」としての苦境をもたらすグローバル・コンテクストにおける苦悩や煩悶や矛盾や苛立ちの感情の流れに逆らうかのように、闘技的精神、卓越性を競い合う意識、仲間意識とを構築してきた。つまり、そのファッションへの耽溺とは、主体に、時間の流れの中で行為遂行的に他者たちと競合しつつ共感しながらも、同時に、不安感と安堵感、欠如感と充足感、安心感と恐怖感、疎外感と自己愛等の両義的感情を抱きしめさせる。こうしたさまざまな感情を抱きつつ、美を消費していく「わたし」は、「眼差し／眼差される」視線の交錯に、幻影のごとく、揺らめいて表れては、戯れを楽しみ、さまざま形に変幻していくもので、「わたし」の存在は時空間を超越しており、掴むことなど叶わないものとなっているのである。この「中心」など存在しない「アイデンティティの流動性と複数性が構築される様相の中に、グローバル資本主義の容赦ない人間性の否定

を正当化するような暴力の荒波に対して、凜とした『生』の在り方を自律心をもって力強く示していることを読み取るこ  
とができるのだ。

#### 註

- (1) 東浩紀がバーチャルな世界に生きる「オタク」を検証するとき用いた言葉である。確かに、そうした人々が、現実の女性たちとの関わりという社会から一歩退き、異なる世界を構築していったことはよく知られている(東 2001)。
- (2) それぞれが置かれた家庭環境や教育環境によって、経済資本と文化資本が蓄積されることにより、それぞれが異なる生活スタイルを形成する感性を持ち合わせていく。たとえ、美的性向の豊かな者ではなくても、それを自己正当化させる論理や価値観を見出し、例えば、質実剛健、質素清廉に美徳を見出す。他方、経済資本が豊かなものは贅沢趣味を享受し、そこに自負心を抱いていくという構造が出来上がるとしている(Bourdieu 1987)。
- ユニヤ・カワムラは、カルチュラル・スタディースの立場から、この消費のモデルを原宿、渋谷、新宿、秋葉原においての若い女性たちのストリートファッションに応

用し、不安ある現実社会に対抗する形で美的ファッションを展開させていることを検証し、ブルデューのモデルの再修正を試みている (Kawamura 2012)。

- (3) アメリカの文化人類学者ドリンヌ・コンドーは、この八〇年代の日本人ファッションデザイナーをトランスナショナルなコンテクストにおいて研究している (Kondo 1997)。日本人デザイナーがいかにオリエンタリズムの中に位置づけられ、それに抵抗をしようとする媒体としてファッションが創られていった時期があった。その当時のデザイナーのメッセージとは、日本の経済成長に伴う世界の存在感と、男女平等の言説と呼応するものがあった。当時の女性たちがブランドに走り追い求めていたのは、こうしたデザイナーからのメッセージや、希望を持って夢見ることのできる世界であった。が、現在は、そうした状況コンテクストが異なっている。それゆえ、ファッションの意味するものが、当時と現在とは、同じ世代の女性たちが捉えるものが異なっている。
- (4) 押切もえが書いた自伝は、同世代の女性たちに向けて、「チャンスは誰にでもある。幸せは誰でもあきらめなければ掴める」という応援のメッセージとして送りたいとしている (2008)。誰にでもあるようなことを「感謝の思い」で綴っていく、彼女の体験の言葉一つ一つが、

読者である同世代の女性たちに取り込まれることにより、「言説」を形成していくことはいままでもない。

- (5) 「押切もえオフィシャルブログ」 <http://ameblo.jp/noemode/entry-11167525612.html> (2012/2/20) 個人的な日記は自ら向けられた思いを吐露していく媒体として、古典的文化人類学の資料とされ活用されてきているが、こうした「サイバースペース」上の個人的ウェブブログは、不特定多数の者たちの眼差しに読まれることを意識して書かれたもので、近年、女性たちの脱領域的エンパワメントの分析をフェミニズムやジェンダーの視点からなされているものがある (e.g. Gajjala 2004)。またサイバー空間における「声」をデータとしてエスノグラフィーにしていく方法論も出されている (e.g. Kozinets 2009)。
- (6) <http://ameblo.jp/yamamotozuku/blog/entry-111541760368.html> (2012/2/22)
- (7) <http://anecan.tv/profile/moe.html> (2012/2/22)
- (8) <http://anecan.tv/profile/keiko.html> (2012/2/22)
- (9) <http://ameblo.jp/keiko-mayamaya/entry-11208153378.html#box> (2012/2/22)
- (10) 米澤は、ファッションや化粧品に耽溺する女性たちが感じる感覚を「萌え」として語る (2008, 2010)。この

用語は、オタクたちがイメージ上の女性に感じるものと類似させ、同じ世代でも感じる感覚が類似していることを議論している。

(11) ボードリヤールは、物的なモノがそれが何であれ、その「配置」によって、その全体が、記号的価値としての「雰囲気／アンビアンス」が決まることを議論した(塚原 2005)。衣服それぞれが、素材、色、形態などの組み合わせによって、服の雰囲気がさまざまに変化され、全体のかもしだすイメージが形成されていく様相をさす。

(12) 米澤は、「少女文化」が現在の若い女性たちにはないことを指摘している(2008)。

(13) 黒田清子は、このファッションの意味の時代の流れの変化を読み取り、現在は、かつてのように洋服自体に個性があるのではなく、個々人が、自分の感覚によって、衣服をさまざまに組み合わせていき、個性を演じる時代であるとしている(2011)。

(14) このファッションショーは六本木のラフォーレミュージアムにおいて開催されただけではなく、ここに足を運ぶことが叶わなかった人たちのためにパソコン上でその一部始終を見ることができるよう動画としてYouTubeで配信された。二月二十六日のライブでアクセスされたのが五万七千回で、以来、三月二十八日までア

クセス件数が八十五万回、その模様が時空間を超え展開された(<http://www.youtube.com/cancolle>)。

(15) サントム(Sinhome)とは、「享楽」の二つの様式としてラカンが導入した概念で、フランス語の「症状」を意味する *symptome* の十四世紀の綴り字で、神聖の (*sainte*) という語が含まれると同時に、失墜 (*ptoma*) を意味する *pio* が欠落している(シエママ・ヴァンデルメッシュ 2002)。

(16) Lauren Conrad.Com <http://www.laurenconrad.com/> (2012/2/23)

(17) イブ・セジウィックは『男同士の絆』の中で、男性社会は男性同士で結束することで、女性を排除してきたことを暴いた(2001 [1985])。この一連のファッションによる女性同士の絆とは、そうした在り方を転倒させるものではなく、注釈を加える場でもあり、かつ、オールターナティブな世界を女性同士の間で享受する場を提供している。

(18) 女性たちの「美」をめぐる言説に、このような「カウンター・ヘゲモニー」の作用があることを他の地域社会において、例えば、エジプトのベドウィンやスーダン北部のホフリアーティの民族誌に見ることが出来る (Abu-Lughod 1989, Boddy 1986)。それらの「美学的ジヤン

ル」は女性たちの男性中心の社会の在り方に抵抗を加えつつ再確認するものであり、同時にその日常の経験の在り方への「注釈 (commentary)」を加えてくるものであった。

参考文献

- Abu-Lughod, L. (1986) *Veiled Sentiments: Honor and Poetry in a Bedouin Society*. Berkeley: University of California Press.
- 東浩紀 (2001) 『動物化するポストモダン——オタクから見た日本社会』講談社現代新書
- ポードリヤール、J. (1979) 『消費社会の神話と構造』今村仁司・塚原史訳、紀伊國屋書店
- Baumann, Z. (2000) *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press. (2001 『リキッドモダン——液化化する社会』森田典正訳、大月書店)
- (2001) *Community: Seeking Safety in an Insecure World*. Cambridge: Polity Press. (2008 『コミュニティ——安全と自由の戦場』奥井智久訳、筑摩書房)
- (2005) *Liquid Life*. Cambridge: Polity Press. (2008 『リキッド・ライフ——現代における生の諸相』長谷川啓介訳、大月書店)
- (2007) *Consuming Life*. Cambridge: Polity Press.
- Boddy, J. (1989) *Wombs and Alien Spirits: Women, Men, and the Zār Cult in Northern Sudan*. Wisconsin: University of Wisconsin Press.
- Bourdieu, P. (1987) *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press. (1990 『テュスタンクシオン——社会的判断力批判』石井洋二郎訳、藤原書店)
- Butler, J. (2005) *Giving an Account of Oneself*. New York: Fordham University Press. (2008 『自分自身を説明する——倫理的暴力の批判』佐藤嘉幸・清水知子訳、月曜社)
- シエママン、R & B・ヴァンデルメシユ (2002) 『精神分析事典』小出浩之・加藤敏・新宮一成・小川豊昭ほか訳、弘文堂
- コジエウ、A. (1987) 『ヘーゲル読解入門——『精神現象学』を読む』上妻精・今野雅方訳、国文社
- Eagleton, T. (2009) *Reason, Faith and Revolution: Reflections on the God Debate*. New Haven: Yale University Press. (2010 『宗教とは何か』大橋洋一・小林久美子訳、青土社)
- Furlong, A. & Cartmel, F. (2009) *Young People and Social*

- Change*, Second Edition. Philadelphia: Open University Press.
- Poucault, M. (1977) *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. New York: Vintage/Random House. (1977 『監獄の誕生——監視と処罰』田村淑訳、新潮社)
- (1980) *Power/Knowledge*. New York: Pantheon Books.
- フーコー、M. (2004) 『ミシェル・フーコー講義集成11 主体の解釈学——コレージュ・ド・フランス講義 1981-1982』廣瀬浩司・原和之訳、筑摩書房)
- (2007) 『ミシェル・フーコー講義集成6 社会は防衛しなければならぬ——コレージュ・ド・フランス講義 1975-1976』石田英敬・小野正嗣訳、筑摩書房)
- Gajjala, R. (2004) *Gyber Sehke: Feminist Ethnographies of South East Asian Women*. New York: Altamira Press.
- Geertz, C. (1973) *Interpretation of Cultures: Selected Essays*. New York: Basic books (1987 『文化の解釈学』吉田禎吾・柳川啓一・中村弘充・板橋作美訳、岩波現代選書
- (1983) *Local Knowledge: Further Essays in Interpretive Anthropology*. New York: Basic Books. (1999 『ローカル・ノレッジ——解釈人類学論集』梶原影昭・小泉潤二・山下晋司・山下淑美訳、岩波書店)
- 櫻村愛子 (2007) 『ネオリベラリズムの精神分析——なぜ伝統や文化が求められるのか』光文社新書
- Kawamura, Y. (2012) *Fashioning Japanese Subcultures*. New York: Bloomsbury.
- Kondo, D. (1997) *About Face: Performing Race in Fashion and Theater*. New York: Routledge.
- Kozinet, R. V. (2009) *Nethnography: Doing Ethnographic Research Online*. Los Angeles: Sage Publications.
- 黒田清子 (2011) 『無』となり世界の美意識を変える』『世界へひらく JAPAN FASHION——本当のクール・ジャパンをつくる人たち』深町浩祥編、六四〜一〇六頁、フィルムアート社
- Lacan, J. (1964) *Le Quatre Concepts Fondamentaux de la Psychanalyse*. Paris: Editions de Seuil (2000 『ジャック・ラカン 精神分析の四基本概念』小出浩之・新宮一成・鈴木國文・小川豊昭訳、岩波書店)
- (1966) *Essays*. New York: W.W. Norton.
- Levi-Strauss, C. (1966) *The Savage Mind*. Chicago: University of Chicago Press.
- レヴィ・ストロース、C. (1969) 「人類学の創始者ルソー」『現代人の思想15 未開と文明』埴嘉彦訳、五六〜六八頁、平凡社
- 岡田温司 (2009) 『キリストの身体——血と肉と愛の傷』

中公新書

押切もえ (2009) 『モデル失格——幸せになるためのアティチュード』小学館新書

リポヴェツキー、G. (2003) 『空虚の時代——現代個人主義論考』大谷尚文・佐藤竜二訳、法政大学出版局

Ritzer, G. (1996) *The McDonaldization of Society*. New York: Sage Publication. (1999 『マクドナルド化する社会』)

正岡寛司監訳、早稲田大学出版部)

Said, E. (1993) *Culture and Imperialism*. New York: Vintage.

(2001 『文化と帝国主義②』大橋洋一訳、みすず書房)

Sedgwick, E. V. (1985) *Between Men: English Literature and Male Homosexual Desire*. New York: Columbia University Press.

(2001 『男同士の絆——キリス文学とホモソーシャルな欲望』上田早苗・亀沢美由紀訳、名古屋大学出版会)

ステイグレール、B. (2006) 『象徴の貧困——ハイパーインダストリアル時代』メランベルジェ、ガブリエル・メランベルジェ真希訳、新評論

新宮一成 (1995) 『ラカンの精神分析』講談社現代新書

Strathern, A. J. (1996) *Body Thoughts*. Ann Arbor: University of Michigan Press.

ティスロン、S. (2001) 『明るい部屋の謎——写真と無意識』青山勝訳、人文書院

塚原史 (2005) 『ボードリヤールという生きかた』N T T

出版

梅田百合香 (2010) 『甦るリヴァイアサン』講談社選書メ

チエ

ウィルノ、P. (2004) 『マルチチュードの文法——現代的

な生活形式を分析するために』廣瀬純訳、月曜社

米澤泉 (2008) 『コスメの時代——「私遊び」の現代文化論』

勁草書房

(2010) 『私に萌える女たち』講談社

Zizek, S. (1989) *The Sublime Object of Ideology*. New York:

Verso (2000 『イデオロギーの崇高な対象』鈴木晶訳、

河出書房新社)

(2000) *The Ticklish Subject: The Absent Center of Political Ontology*.

London: Verso (2007 『厄介なる主体②——政治的存在

論の空虚な中心』鈴木俊弘・増田久美子訳、青土社)